HAL
open science

MOBILISATION DES RESSOURCES TERRITORIALES DANS LES PROJETS TOURISTIQUES ET DÉVELOPPEMENT DES ESPACES MARGINAUX.

Nachouane Nour Eddine, Hicham Saddou, Knidiri Aicha

To cite this version:

Nachouane Nour Eddine, Hicham Saddou, Knidiri Aicha. MOBILISATION DES RESSOURCES TERRITORIALES DANS LES PROJETS TOURISTIQUES ET DÉVELOPPEMENT DES ESPACES MARGINAUX.. O Ideário Patrimonial, 2021, pp.225-249. halshs-03381383

HAL Id: halshs-03381383

https://shs.hal.science/halshs-03381383v1

Submitted on 28 Oct 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

N.º 15// outubro 2021// www.cta.ipt.pt

O Ideário Patrimonial
О идеарио

Culturas oriundas da África, América e Europa

O Ideário Patrimonial // N. 15 // outubro 2021 // 225 - 249 //
http://www.cta.ipt.pt/?pagina=unidade_editorial&seccao=o_ideario_patrimonial&lang=PT

MOBILISATION DES RESSOURCES TERRITORIALES DANS LES PROJETS TOURISTIQUES ET DÉVELOPPEMENT DES ESPACES MARGINAUX

MOBILIZATION OF TERRITORIAL RESOURCES IN TOURISM PROJECTS AND DEVELOPMENT OF MARGINAL AREAS

Recebido a 31 de agosto de 2021
Revisto a 01 de setembro de 2021
Aceite a 30 de setembro de 2021

Nour Eddine Nachouane

Université Mohamed V de Rabat
noureddine.nachouane@um5.ac.ma

Hicham Saddou

Université Cadi Ayyad, Marrakech
hicham.saddou@uca.ac.ma

Aicha Knidiri

Université Cadi Ayyad, Marrakech
aysha.knidiri@gmail.com

Résumé

L'idée initiale de cette recherche part du constat que le tourisme, tel qu'il est conçu et mis en œuvre aujourd'hui dans les régions rurales du territoire marocain, ne participe pas d'une manière concrète au développement des sociétés concernées. La réflexion se situe dans l'étude de ces nouvelles tendances du tourisme qui sont capables, selon certaines conditions, de dynamiser une démarche commune capable de faire profiter les régions de la marge des retombées du tourisme.

L'objectif est de saisir comment les régions ruraux mobilisent leurs ressources territoriales pour une activité touristique génératrice de revenus. Dans un contexte global où, *la mondialisation* bouleverse les manières de production et de gestion partagée, les projets touristiques étudiés dans la région de Marrakech se présentent comme un compromis d'actions transactionnelles intéressantes à aborder afin de comprendre, d'une part, les processus de création, de développement et de réalisation de ces intentions collectives, et d'autre part, d'évaluer l'impact de ces projets sur ces espaces rurales et marginales.

Mots clés: rural, marge, attractivité, ressources territoriales et tourisme.

Resumo

A ideia inicial desta pesquisa parte da constatação de que o Turismo, tal como é concebido e implementado hoje nas regiões rurais do território marroquino, não participa de forma concreta no desenvolvimento das sociedades em causa. A reflexão está no estudo dessas novas tendências do turismo que são capazes, em determinadas condições, de estimular uma abordagem comum capaz de permitir às regiões beneficiarem do turismo.

O objetivo deste artigo é compreender como as regiões rurais mobilizam os seus recursos territoriais uma atividade turística no sentido de gerarem e obterem uma mais-valia económica. Num contexto mundial na qual a globalização está a perturbar as formas de produção e gestão partilhada, os projectos turísticos estudados na região de Marraquexe apresentam-se como um compromisso de interessantes acções transaccionais a desenvolver para compreender, por um lado, os processos de criação, desenvolvimento e concretização dessas intenções coletivas e, por outro lado, avaliar o impacto desses projetos nesses espaços rurais e marginais.

Palavras-chave: Rural, Margem, Atratividade, Recursos Territoriais e Turismo.

Abstract

The initial idea of this research is based on the observation that tourism development, as it is conceived and implemented today in rural areas of Morocco, does not participate in a concrete way in the development of societies and territories concerned. The reflection is in the study of these new trends of the tourism industry that are able, under certain circumstances, to boost a common approach able to make the regions of the margin benefit from the tourism.

The aim is to understand how these regions are seizing tourism to mobilize their territorial resources, in a context where notions and representations are spreading and proliferating the same structures all over the world, and where globalization is upsetting the ways of production and shared management. The tourism projects questioned are presented as a compromise of interesting transactional actions to be addressed in order to understand, on the one hand, the processes of creation, development and realization of these collective intentions, and on the other hand, to evaluate the impact of these projects on these marginal areas.

Keywords: rural, margin, attractiveness, territorial resources and tourism

1. Introduction

Le débat théorique qui s'accroît pendant la dernière décennie témoigne de la richesse des réflexions sur les processus politiques à l'échelle locale et les nouvelles formes de développement liées au territoire (Berriane, 2018, Juan-Luis Klein et al., 2016; Coumaye, 2018). L'économie redécouvre la pertinence du local qui était souvent ignoré au profit d'une économie mondialisée. Dans un objectif de contrer un environnement, de plus en plus instable et incertain, la mondialisation produit du territoire (Pecqueur, 2001).

En effet, si la mondialisation donne un coup d'accélérateur aux délocalisations des projets mondiaux, elle redonne également de la valeur au local avec ses spécificités et à l'ancrage territorial des projets locaux. Au sein même de la régulation globale du système économique résultant du raisonnement local / global, il y aurait, selon Pecqueur (2006), «un moment territoire». Dans le secteur touristique, les projets sont non délocalisables, pourtant les territoires sont de plus en plus amenés à se réinventer par leur culture, leur mécanisme de gestion et leurs relations de proximité entre les acteurs locaux pour s'insérer favorablement dans la dynamique de recomposition impulsée par l'évolution mondiale et les nouvelles tendances touristiques. Ce processus a engagé de nouveaux acteurs locaux mettant l'accent sur les ressources territoriales endogènes des régions rurales enclavées et exclues de l'économie mondiale. Certaines de ces régions ont pu créer de nouvelles formes de découvrir la campagne où la montagne grâce à des spécificités territoriales créant ainsi une dynamique susceptible à engendrer la richesse recherchée.

Dans le contexte marocain et en vue de la compréhension du lien entre le tourisme et les théories de développement local, deux stratégies étatiques méritent d'être mentionnées: le tourisme comme priorité économique nationale capable de stimuler l'économie du pays (Mourji & Masmoudi, 2015); et la régionalisation de la gestion des biens collectifs locaux, une préoccupation relativement récente, qui ouvre la voie vers la diversification des politiques économiques, sociales et culturelles au niveau local. Le secteur touristique persiste une activité fondamentale, mais qui reste tout de même basé sur une offre standard et limitée au balnéaire et aux villes culturelles, au détriment des régions rurales. Cependant, en dehors des stratégies étatiques publiques et en marge des grands chantiers officiels, de nouvelles destinations touristiques émergent et se construisent selon des logiques très diversifiées (Berriane & Nakhli, 2011). Elles représentent une opportunité pour le développement d'un tourisme de niche comme une

aubaine qui pourrait, sous certaines conditions, épouser les ressources territoriales de ces régions marginalisées pour en faire une composition capable de stimuler un développement territorial. Toutefois, la mise en place de telles dynamiques interrogent l'opérationnalité de certaines approches théoriques dans des terrains fragiles et pauvres.

Dans le cadre d'une étude plus générale sur le tourisme rural au Maroc, nous avons choisi pour nos recherches empiriques plusieurs terrains dans la région de Marrakech-Safi. Considérée comme étant la première destination touristique dans le pays, la fréquentation touristique est plutôt concentrée dans la ville de Marrakech avec une ouverture relativement importante sur la ville d'Essaouira. Une dynamique touristique récente peut s'enregistrer dans l'arrière pays des deux villes grâce à l'émergence de nouveaux projets qui se démarquent par la notoriété de leurs ressources locales.

Notre étude analyse le processus de construction des projets touristiques dans le rural marocain notamment dans la région de Marrakech et tente de comprendre comment la marginalité de certains territoires est devenue une attraction touristique. Ce phénomène illustre, nous semble-t-il, un nouvel aspect de la mobilisation des ressources qui plaide surtout pour une démarche qui consisterait à aborder la question des régions de la marge au Maroc à partir des dynamiques socio-spatiales de proximité et de complémentarité. De telle stratégie nécessite une compréhension, d'une part des processus de création et développement de ces projets dans ces régions, et d'autre part, une compréhension des théories et logiques des actions de proximité et d'intentions collectives tout en prenant en considération la diversité de la société rurale dans son ensemble.

Dans un premier temps, il s'agit d'évoluer dans les connaissances par l'exploration des travaux sur la littérature scientifique et s'ouvrir sur les débats contemporains. L'objectif est l'étude du couple tourisme / développement à travers les effets de la mobilisation des ressources territoriales dans les projets touristiques étudiés. L'idée est de penser ces régions en marge des principales destinations touristiques comme «des espaces d'innovation potentielle» (Giraut, 2009) dans le secteur touristique. L'objectif est également d'établir un bilan qui s'inscrit dans l'analyse de la mobilisation des ressources endogènes des marges et des retombés sur le développement.

2. Espaces marginaux, développement touristique et renouveau du contexte territorial

Dans la littérature géographique concernant la question de l'organisation des espaces les uns par rapport aux autres, la métaphore géométrique du centre et de la périphérie est souvent utilisée pour décrire la dualité entre l'espace dominant et l'espace dominé. Le centre avec une position privilégiée concentre le pouvoir, l'activité économique et l'offre culturelle, et la périphérie caractérisée par l'éloignement, l'enclavement et l'isolement est mise en marge. Cette extraversion plus ou moins marquée entraîne une fragilité socio-économique des périphéries, freinant leur cohérence, leur structuration et leur développement endogène. Le tourisme permet ou accélère l'intégration spatiale des périphéries en créant de la valeur dans des lieux qui en étaient a priori dépourvus, là où d'autres activités économiques mobilisées dans cette optique ont pu échouer ou n'ont pas donné de résultats probants (délocalisations industrielles, zones franches, etc.) » (Bernard et al., 2017). Certes le tourisme a déjà fait ses preuves dans la régénération de certaines campagnes suscitant des «réactions collectives qui tendent à faire du territoire et des relations sociales territorialisées un enjeu collectif et un projet» (Debarbieux et al., 2008), il tend également à défaire les relations singulières que les sociétés locales entretiennent avec leur environnement, en raison des circulations qu'il induit, de par sa nature même et les pratiques économiques et sociales qu'il engendre (Debarbieux et al., 2008), inscrivant ainsi des régions marginales fragiles dans un système économique régi essentiellement par la confrontation de l'offre et de la demande telles qu'elles sont établies par le libre jeu du marché.

La mise en tourisme de ces régions se présente, généralement, comme une arme à double tranchant, un outil de développement qui offre des opportunités économiques, mais aussi, il peut mettre en péril les ressources fragiles, et qui représentent, parfois même, l'attractivité du lieu. Ce statut profondément ambigu met l'accent sur la découverte et l'actualisation d'une valeur latente des ressources territoriales dans les espaces marginaux. Cette actualisation est une production marchande où les acteurs locaux ne sont pas des sous-traitants de projets extérieurs aux territoires en assurant les bonnes conditions économiques et une partie de leur processus de production, mais ils proposent plutôt des ressources territoriales, matérielles et immatérielles, inventoriées et transformées en produits ou services marchands (Campagne & Pecqueur, 2014). Il s'agit d'adopter et d'arbitrer le marché selon les ressources territoriales locales tout en

répondant à une demande extérieure du territoire. Ce processus d'actualisation de cette valeur latente met en œuvre des mécanismes particuliers de qualité, de spécificité et de valorisation qui propose de nouvelles solutions aux différentiels de développement et évite les aggravations qu'apporte l'insertion inévitable des territoires ruraux dans le marché mondial (Boujrouf, 2014). Les nouveaux projets touristiques se présentent comme un instrument capable, dans certains cas, de créer des dynamiques qui influencent un développement porteur de nouvelles opportunités. Cependant, la construction d'un projet de développement ne peut s'inscrire que dans le long terme et la production locale des zones de la marge, essentiellement, ne saurait être concurrentielle que dans le domaine de l'économie territoriale et touristique, en jouant la carte de la différenciation du produit (Boujrouf, 2014).

Considéré comme un arrière-pays, il a compté dans l'économie de la ville, mais il est tout de même resté en marge du développement. Il englobe les activités annexes, artisanales et culturelles, qui lui sont liées depuis toujours (Mésini, 2007). Au Maroc, par exemple, la référence aux produits ruraux est un signe de qualité désigné par le mot *Beldi* (du pays) qui désigne l'origine géographique liée à l'espace rural reconnu généralement par son authenticité. Dans le secteur touristique, ces ressources se présentent comme une opportunité en réponse à une demande qui émane de gens de plus en plus à la recherche de ressources nouvelles spécifiques, dédiées à un usage productif particulier et parfois même non reproductible en dehors des systèmes productifs locaux (Pecqueur. B et al., 2010). Ses ressources ancrées dans le territoire, majoritairement en marge du développement économique et parfois en crise, offrent une possibilité à composer une offre qui se distingue des produits standards et qui peut reconquérir des marges de profit.

Dans la région d'étude, notre terrain d'investigation, la découverte des vertus de l'Argan[1], cosmétiques et nutritionnistes, a permis à plusieurs dynamiques qui convergent avec le tourisme de s'y développer. Parmi les projets étudiés dans les communes de l'arrière-pays d'Essaouira, des coopératives, des gîtes ruraux et des auberges se sont construits autour des thématiques de la typicité, du bio, des savoir-faire, etc. Ils mobilisent une référence affirmée à «l'Argan». Ces produits touristiques ont assez souvent modifié

[1] L'huile d'argan est obtenue à partir des amandes écrasées du fruit de l'arganier, un arbre uniquement endémique au Maroc. L'huile d'argan est utilisée en cosmétologie ou comme huile alimentaire.

les structures de gouvernance et ont fait évoluer certaines attitudes pour se rapprocher des formes, des normes et des contenus majoritairement recherchés par les touristes qui fréquentent ce type de destination. Ce processus de valorisation d'une ressource spécifique a conduit à l'incorporation d'une proportion accrue d'intrants et l'ouverture sur une multitude d'interventions externes, au nom de la valorisation des qualités du terroir et des savoir-faire. Dans un tel processus, l'espace est donc amené à développer des stratégies au niveau local qui se basent sur les ressources endogènes, mais qui ne doivent surtout pas nier les facteurs globaux, les politiques nationales et internationales, les logiques de proximité géographique et les circuits productifs externes afin de tirer un profit économique accru de leurs ressources territoriales locales et profiter de leur attractivité (Hirczak et al., 2008).

Toutefois, ce processus de développement de tourisme est soumis à un certain nombre de contingences: il dépend de la capacité des acteurs publics et privés à s'organiser pour pérenniser, enrichir et valoriser leur offre de produits (Pecqueur et al. 2006). Pour que le territoire tire profit de son image, les actions politiques se voient obligées de viser un développement stratégique qui se base sur les ressources territoriales et permettent à ce système de durer et de se recycler. Un système territorial patiemment bâti à coup d'ajustements successifs qui a besoin — pour ne pas mettre en péril l'ensemble de l'édifice, en un mot pour se pérenniser et se reproduire — de stabilité institutionnelle en son centre (Antheaume & Giraut, 2002). Cette construction est fondée sur un cadre idéalement fonctionnel, où toutes les autorités spécialisées de ces régions participent, et vise une coopération efficace de communication et de fonctionnement, ainsi que sur la coordination des différentes actions. L'espace construit, avec un «dehors» et un «dedans», est alors doté aussi bien d'activités économiques que de relations sociales. Il désigne ainsi un ensemble territorialisé (processus qui résulte de régulation entre enjeu du marché et coordination des acteurs) dans lequel un ensemble d'agents économiques vont interagir et s'organiser pour l'apprentissage et la convergence de relations multilatérales génératrices d'externalités vers des formes de plus en plus performantes de gestion en commun des ressources pour construire de nouveaux processus d'innovation (Coppin, 2002).

Les interactions entre ces agents font face à des problèmes productifs, et à des difficultés de coordination, entraînant ainsi une dynamique d'apprentissage favorable à l'innovation. La capacité d'apprentissage des acteurs peut être de ce point de vue

important, car elle présente ces espaces ruraux non seulement comme un contexte ouvert, mais comme un catalyseur d'initiatives participant à la création de nouvelles combinaisons productives plus attractives. Cette logique d'apprentissage apporte une dimension plus dynamique (une histoire et des stratégies) et souligne l'importance d'éléments tels que le savoir-faire, le niveau de qualification et de compétence ou la culture technique (Coppin, 2002). L'innovation, créée en dehors du marché, traduit alors la manière dont les organisations hors marché des agents économiques mettent en commun leurs capacités et leurs ressources. Dans ce type d'organisation, le succès est attribué à une cohérence qui simplifie la complexité des structures locales et qui facilite les relations marchandes et non marchandes de coordination entre les agents économiques. Dans ce sens, l'idée de ressources territoriales permet d'introduire le poids de l'histoire, des connaissances et des savoir-faire, ainsi que les avantages externes au projet que fournit ce type d'organisation. Cette conception amène à considérer les relations comme un facteur important des mécanismes sociologiques locaux.

En s'inscrivant ainsi dans la lignée de recherches qui raisonnent en termes de ressource, il s'agit de mettre au cœur de l'étude l'action humaine intentionnelle. Le tourisme est alors envisagé comme un facteur qui influence les sociétés de la marge en interaction avec leur évolution et leurs stratégies. Les acteurs locaux peuvent alors l'inscrire dans des processus de construction de destination touristique capable d'influencer le développement humain. Cette synthèse des multiples interprétations des concepts clés est dans le but de construire un cadrage théorique qui facilitera la lecture des expériences de terrain cible de cette recherche ainsi que les projets mis en œuvre sous l'influence des changements qui investissent ces espaces de la marge.

3. Protocole méthodologique

Le choix méthodologique, la délimitation de terrains de recherche et les outils d'investigation posent des problèmes tels qu'ils constituent une recherche en elle-même. Dans le cas de notre position de recherche, il nous a semblé intéressant de diversifier nos sources par une posture principalement réflexive de va-et-vient entre la théorie et la réalité de la société pluraliste où prend place notre enquête. Le but n'est pas de donner des résultats universels, mais de comprendre en profondeur les cas étudiés à la lumière des

théories avancées. Et, quel que soit le choix des méthodes de travail, la qualité des données recueillies concernant la problématique dépend de leur modalité de production. Notre étude s'est concentrée sur cinq communes rurales distinctes qui ont fait l'objet de nos enquêtes de terrains (cartes 1et 2). Le choix de cette unité spatiale de commune est justifié par sa signification dans l'unité de découpage de l'espace du point de vue du clivage urbain / rural ainsi que par la présence de statistiques et de données officielles. Il s'agit d'assembler plusieurs situations, différentes mais complémentaires, pour reconstituer une image globale du phénomène d'étude. L'approche pluri-spatiale permet de prendre en compte les différentes situations dans lesquels s'inscrivent le phénomène étudié et également les différentes temporalités. Cette proposition fait sens dans cette thèse: le développement touristique se positionne par rapport aux éléments historiques et sociaux, aux représentations locales et aux influences externes, et à la position géographique. Il a donc paru nécessaire de chercher une multitude d'espaces complémentaires capable de répondre à la question de recherche.

L'ensemble de terrains choisis essaye de mettre en commun un territoire multi-site où chaque territoire présente des éléments qui le positionnent par rapport à son intérêt dans l'analyse empirique. Par le lien entre un centre émetteur et une périphérie réceptrice, les terrains d'étude peuvent être regroupés en deux zones:

La commune d'Asni qui s'étend sur une partie du Parc National de Toubkal dans l'arrière-pays de Marrakech. Il s'agit d'une zone où s'est développé depuis des décennies un tourisme de randonnée, né de la forte attractivité des principaux sommets du haut Atlas. Les projets touristiques sont majoritairement de petite taille et nés des initiatives locales.

Les communes de Sidi Kaouki, Aguerd, Meskala et Imintlit qui font partie de la Réserve de Biosphère des Arganeraies dans l'arrière-pays d'Essaouira, représentent différents paysages entre plages de sable, forêts d'arganier, petites montagnes et sites historiques. Ces communes regroupent une offre touristique très variée où cohabitent des projets littoraux de grande dimension et une multitude de petits projets récents et variés.

Figure 1 - localisation des communes étudiées. Source: Réalisation personnelle – 2015

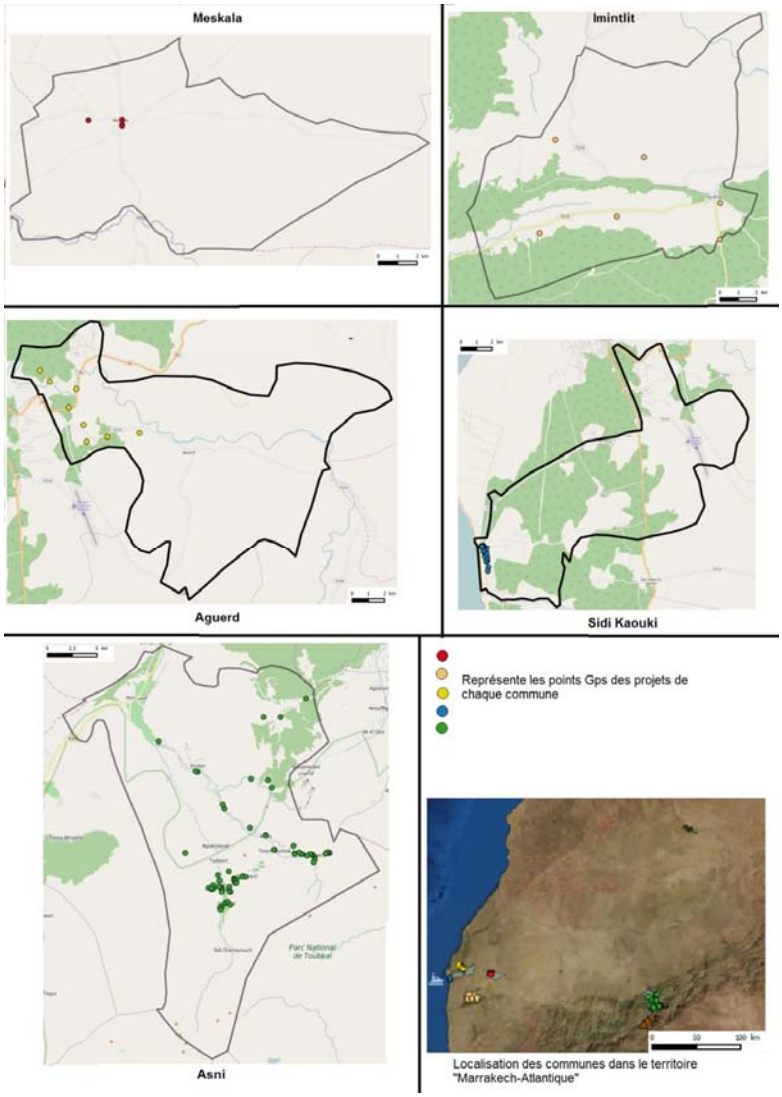

Figure 2 - localisation des projets touristiques dans les communes d'étude. Source: Réalisation personnelle – 2015.

Au total, cette recherche a analysé 118 projets, ayant un point commun à savoir leur exploitation des ressources territoriales en lien direct ou indirect avec l'activité touristique. En ce qui concerne leur statut juridique, trois catégories de projets existent: les associations à but non lucratif, les sociétés coopératives d'intérêt collectif et les entreprises à but lucratif. Ces projets s'inscrivent tous dans une dynamique induite par le secteur touristique, mobilisent des ressources locales et influencent le développement de ces régions. Ils réalisent tous des entrées monétaires, engagent des individus comme employés ou ressources humaines et se partagent toutes les variables définies pour la collecte de données.

Parmi les projets touristiques dans les communes cibles de l'enquête, il y a ceux qui mobilisent des capitaux importants. Ils sont au nombre de 6 dont certains emploient plus de 100 personnes et réalisent des chiffres d'affaires annuels qui parfois dépassent 350 790 000 de dirhams. L'étude de ses projets est très intéressante et leur impact est important sur l'emploi notamment sur des projets plus petits qui sont subordonnés, sur la mobilisation des ressources et le développement en général. Inscrits dans des démarches marketing mondiales, ils propagent les approches universelles des nouvelles tendances du tourisme rural et dépassent la sphère territoriale pour inscrire ces régions dans l'espace mondial. Cependant nous avons fait le choix de les exclure de nos analyses afin d'avoir un groupe plus homogène capable de nous présenter des résultats plus réels et représentatifs de la majorité des projets qui se développent dans ces régions rurales.

L'objectif était d'interroger la totalité des projets recensés depuis les documents et les listes fournis par les communes (Tableau 1) toutefois certains projets (16,78 %) se sont abstenus de répondre ou ils n'existent plus.

Tableau 1- Recensement des projets par leur statut juridique dans les différentes communes d'étude. Source: Enquête personnelle - 2016

Commune	Privé	Coopérative	Association	Total
Asni	73	2	5	80
Aguerd	5	3	3	11
Imintlit	28	5	2	35
Meskala	1	2	5	8
Sidi Kaouki	1	4	4	9
Total	108	16	19	143

Les projets ont été approchés de trois façons différentes, une première étape préliminaire qui a permis de produire des connaissances sur les régions, sur les chiffres et sur le contexte général du projet. Ensuite, nous avons réalisé des enquêtes qualitatives et quantitatives afin d'analyser les faits et les processus, et de confronter les idées et les opinions exprimées par les différents acteurs, et avoir différents angles de vision. Les enquêtes ont été menées sur de longues et différentes périodes durant les années 2015, 2016 en suivant deux méthodes qui se complètent:

Le guide d'entretien destiné essentiellement aux porteurs de projet ainsi que les acteurs locaux (élus, délégués du tourisme et de l'agriculture, société civile, etc…) il est réalisé pour une double fin: une fin exploratoire pour décrire, justifier et expliquer, et une fin de validation de certains items qui allaient former le questionnaire, et fournir certains résultats.

Le questionnaire s'est penché sur plusieurs axes thématiques afin de cerner le contexte local, de déterminer les différentes propositions et attentes d'un développement par le biais des projets touristiques. Il permet aussi de mesurer l'impact des activités touristiques sur le développement social et économique des personnes qui ont intégré ce secteur.

Ces questionnaires ont été destinés aux «employés» qui travaillent au sein de ces projets. Sur 594 personnes recensées 282 personnes ont été enquêtés. Il s'agit de 47,47 % de la population des employés, une taille idéale statistiquement pour obtenir une estimation représentative. Cette taille était définie essentiellement selon l'accessibilité aux personnes-ressources. Les données sont alors regroupées dans des tableaux Excel et analysées dans le logiciel R pour le traitement et d'analyse de données statistiques.

À l'origine de l'activité touristique, l'attractivité des régions de la marge: opportunités et contraintes!

Le Maroc ne fait pas exception aux changements qui influencent le monde actuellement. Ces transformations rapides dans le domaine économique, social et culturel ont des impacts territoriaux et conduisent à une mutation des rapports entre la population et leur territoire. Ces derniers renforcent la complexité des formes d'organisation socio-économique. Ils affectent alors les systèmes et les modes de production et de mobilisation des ressources territoriales (Lazarev, 2012). Dans la région rurale marocaine, les ressources sont mobilisées depuis l'époque de la colonisation, mais essentiellement avec

les promesses de modernisation visant l'intégration au marché mondial de ces productions (Lazarev, 2012). Cette mobilisation ne peut se comprendre que dans un double contexte: celui de la marginalisation au plan socio-économique des sociétés rurales difficiles d'accès par rapport aux villes et les plaines avoisinantes et également l'ignorance des pratiques populaires et des spécificités locales, dans leur complexité et leurs contradictions dans la formulation des stratégies centralisées de l'État. Même si les pratiques ont marqué l'évolution de l'économie, la culture et la société dans son ensemble, elles n'ont pas été prises en considération dans les politiques de développement rural (Auclair et al., 2010).

La mobilisation touristique des ressources ne fait pas exception à cette logique et les stratégies du secteur ont, jusqu'à ces dernières années, consenti leurs efforts essentiellement pour le développement des régions balnéaires et des villes impériales, avec quelques ouvertures sur le rural, longtemps marginalisé (Berriane, 2009). En effet, le potentiel touristique rural est considérable et la volonté d'en faire un secteur pour le développement de ces régions s'est exprimée récemment par plusieurs acteurs publics, privés et associatifs. Néanmoins, sa conception comme produit, à part entière, partenaire du développement, n'a pas encore abouti (Berriane & Aderghal, 2012). Les communes cibles de notre enquête de terrain confirment ce constat même si elles ont pu tout tailler une place dans les circuits internationaux en répondant à une demande par le biais de l'impact des flux touristiques ordinaires.

Parmi les régions d'étude retenues ici, la zone montagneuse de Marrakech était le premier espace de l'arrière-pays de cette ville touristique à avoir accueilli des touristes. Selon les constatations faites sur le terrain, le premier projet de la région a débuté en 1948 avec la création du refuge rural du Club Alpin Français dans la commune d'Asni en réponse à une demande spontanée qui s'est développée en lien avec le mont Toubkal et le parc national portant le même nom. Une vingtaine d'années après, d'autres gîtes ruraux commencent à voir le jour par des gens de la région. Les premiers projets touristiques ont été initiés par des investisseurs étrangers intéressés par la région et la proximité de Marrakech. Ce secteur d'investissement n'était pas accessible pour la population locale par manque de moyens et d'expérience. Par la suite des initiatives locales se sont développées en suivant la tendance étrangère de tourisme rural alpin classique en réponse à l'arrivée de touristes dans cette région. «*La population locale, livrée à elle-même, s'est organisée pour répondre à cette demande en évolution. Elle offrait ses services comme*

muletiers, guides, porteurs et très rares sont ceux qui offrent l'hébergement lors des premières années».[2]

Aujourd'hui, parmi les 54 projets investigués dans la région d'Asni, 94% sont portés par des habitants de la commune. Après avoir acquiert une expérience préalable dans le secteur touristique et appuyés en général par leurs proches, ils se tournent vers le tourisme pour diversifier leurs revenus en s'engageant dans des petits projets familiaux.

Ce changement de situation a influencé les mouvements d'exode vers les villes, essentiellement vers Marrakech. En comparant les recensements de 1994 et de 2004, force est de constater que l'effectif de la population et celui des ménages dans le village d'Armed est passé de 873 à 1394. Il a presque doublé en l'espace de dix ans. Cette croissance démographique s'explique, en partie, par un faible mouvement d'exode lié au développement de l'activité touristique. Cette dernière a pris une place importante dans le système d'activité des familles. Le tourisme est devenu l'activité principale pour 62 % des chefs de foyers et l'activité secondaire pour 30 % d'entre eux.

Dans la région d'Essaouira, Sidi Kaouki est le premier site rural balnéaire où se sont créés de petits projets touristiques. Petit village de pêcheurs qui s'est rendu célèbre par la visite de Jimi Hendrix, suivi par toute une communauté de gens en quête de paix et de quiétude. Les guides touristiques racontent que «*les plus grands rassemblements hippies ont été organisés dans ces régions, à l'initiative d'un certain Jimi Hendrix*»[3].

À cette époque, «*(…) le lieu était un Eldorado des hippies, un lieu sauvage qui a attiré les touristes par son caractère exceptionnel*»[4]. Des campements de touristes étrangers ont envahi les lieux et de petits projets de service informels se sont développés afin de satisfaire les besoins immédiats des touristes. Le site a eu une renommée de plus en plus large et plusieurs projets de grande envergure se sont développés. Aujourd'hui cette image de marque «*hippie*» n'est pas l'unique spécificité du lieu, elle persiste comme une histoire qui se raconte dans les guides ou par la population locale avec nostalgie.

Selon nos enquêtes de terrain, plus de 29 différents projets ont vu le jour à Sidi Kaouki, dont certains existent depuis 24 ans. Aujourd'hui, le trop-plein de la station vient se répandre dans les communes avoisinantes comme Aguerd. Cette nouvelle venue dans

---

[2] Entretien avec le gardien actuel du refuge de Toubkal.
[3] Petit Futé, 2009, p. 238.
[4] Propos recueillis lors des entretiens avec les propriétaires des quiosques.

le paysage touristique de l'arrière-pays d'Essaouira, présente une offre touristique différente encore dominée par des investissements étrangers. Meskala, une région à vocation purement agricole s'ouvre petit à petit au tourisme. Une importante ferme d'hôtes construite au sein d'une ancienne maison d'un ancien notable rural, Caïd Khouban, à titre d'exemple souligne cette tendance. La structure propose une multitude d'activités, elle emploie 4 personnes, et réalise à elle seule 3,13 % de la somme totale du chiffre d'affaires des projets privés. Enfin, Imintlit se présente comme la région où le tourisme s'est développé en lien avec une coopérative de l'huile d'argan. Cette dernière a pu gagner une grande renommée dans les guides touristiques, ce qui a fait connaître la commune et encourager les visites des touristes à cette coopérative qui cherchent à rester plus longtemps pour découvrir la région.

Toute cette dynamique autour de la renommée de Sidi Kakouki et la notoriété de la ressource sylvestre endémique de l'arganier a fait de cette station balnéaire à la périphérie de la ville d'Essaouira, un centre de d'activité touristique dans cette région. Les projets touristiques ont influencé l'essor des coopératives de l'arganier qui se trouvent tout au long des routes qui mènent vers cette la station depuis Essaouira et les autres villes avoisinantes pour offrir leurs produits et leurs services aux touristes qui se rendent dans la région. Les projets ont évolué en suivant des exemples pionniers, essentiellement français, dans ces régions. Ils ont avancé en tâtonnant dans leur gestion pour une offre informelle et uniforme en réponse à une demande spontanée.

En somme, les ressources naturelles encore intactes (sommets, plage, forêts) de ces régions étaient à l'origine du développement de l'activité touristique, qui au début se limitait à quelques échanges marchands entre touristes et population locale. Ces derniers s'organisaient pour répondre à la demande sans savoir ce que pouvait être une économie touristique. Certains étrangers de leur côté visitant la région ont pris conscience du potentiel touristique existant et également le manque en infrastructures. Ils ont donc fait le choix d'investir dans des projets touristiques, initiant ainsi une dynamique économique. Les habitants qui, en premier, se présente comme une main d'œuvre accessible, accueillante et très peu exigeante, saisit de plus en plus l'intérêt de cette nouvelle activité pour diversifier leurs revenus. De nombreux petits investisseurs se lancent dans la création de gîtes avec des moyens modestes.

Ce processus confirme la théorie qui avance que le tourisme dans les régions qui sont en marge des destinations touristiques principales s'impose par les spécificités de

ces lieux et ensuite comme une réponse à une demande de plus en plus intéressante. D'un autre côté, l'investissement dans des activités touristiques a contribué à l'ouverture de ces régions rurales sur les villes et conduit par la suite à un développement urbanistique important qui dans la plupart ne respecte pas malheureusement les normes et les particularités de la région. Les nouvelles constructions réalisées pour des fins commerciales et touristiques sont en béton armé, des panneaux de signalisation interposés partout sans aucune valeur esthétique constituent une atteinte au paysage rural. Ces espaces se retrouvent entre de nouveaux visiteurs, et de nouveaux enjeux… Une situation nouvelle et délicate que la population locale essaye de gérer selon ses moyens. En somme, on peut dire que certaines de ces communes deviennent des stations touristiques importantes et confirmées, néanmoins le développement touristique reste très informel et se limite toujours aux initiatives individuelles, qui dans la plupart des cas manquent de visibilité et de cohérence. Ces projets ne répondent pas aux enjeux d'un développement touristique qui s'inscrit dans une dimension territoriale et qui se concrétise à travers une concertation efficace entre les différents acteurs. Ce constat rejoint Les résultats de plusieurs études menées dans ces régions (Bellaoui, 2004, Berriane & Adrghal, 2012, Boujrouf, 2014, etc.) et montre que les différentes actions n'ont pas réussi la régulation du secteur touristique.

Figure 4 - Photos du village d'Armed. Source: Clichés de l'auteur.

Figure 5 - Aux alentours du marabout de Sidi Chamharouch…Source: Clichés de l'auteur.

Logique d'acteurs et construction d'une offre touristique dans les régions de la marge…

En dehors des stratégies officielles, les communes d'étude, de par leur proximité aux aéroports et aux villes émettrices, ont pu construire une offre touristique qui reste tout de même dépendante et informelle. Les projets étudiés répondent, en fait, à une demande et construisent une offre, la première se définit par rapport au client et la deuxième correspond à la logique des différents acteurs. Ce double enjeu influence la mobilisation des ressources, la construction de la destination et l'image territoriale du produit touristique.

Dans notre cas d'étude, la majorité des porteurs de projets ont un faible niveau d'étude; 64 % ont un niveau d'étude primaire, 34 % n'ont aucun niveau d'étude car ils n'ont jamais été à l'école et 17 % uniquement dispose d'un diplôme d'études supérieur. Ils développent leurs projets sans être accompagnés par des instances étatiques et sans une vraie connaissance dans la création et la gestion des projets touristiques; 7,63% des projets seulement ont reçu des aides étatiques dans le cadre de l'initiative nationale de développement humain. Pour la majorité, la gestion se fait de façon usuelle pour gérer le quotidien. Il s'agit de mener au jour le jour selon les situations qui se présentent et les informations reçues spontanément en contact avec les clients et le territoire. Cette méthode de gestion influence non seulement l'évolution du projet, mais aussi l'offre touristique du territoire dans son ensemble.

«Ces dernières années, il y a de plus en plus de projets qui se sont installés le long de la côte et de la route. Chaque catégorie propose presque les mêmes prestations. Tout le monde fait pareil ! C'est difficile de trouver quelque chose d'intéressant à faire dans la région. La plupart des nationaux viennent uniquement pour passer la journée. L'offre n'est pas diversifiée et rien ne marque la visite des touristes étrangers à Sidi Kaouki!»[5]

La gestion externe des marchés influence également cette mobilisation en s'inscrivant plus dans une réponse de la demande mondiale que dans la mise en valeur des ressources propres au territoire. La mobilisation des ressources se présente en tant qu'une offre classique, uniforme, peu originale qui ne s'inscrit pas dans une construction spécifique d'une destination touristique, mais dans une perspective de projets individuels. Dans l'ensemble, la façon de gérer les projets touristiques enquêtés influence fortement la qualité de l'offre en général par la dispersion des actions et la banalisation des potentialités touristiques. En effet, aucun projet ne présente une vision claire qui renvoie à la conception du territoire dans sa complexité et aux externalités des projets touristiques.

«*Les touristes du monde entier, visitant la région, investissent avec leurs pratiques et attentes touristiques ces espaces de la marge, y apportant leurs représentations, réinventant de la sorte ces espaces et leurs ressources ! Il ne s'agit pas de construire ou*

[5] Entretien avec un propriétaire d'une école de surf

de mobiliser, mais de répondre à une demande et de satisfaire des désirs ! Nous n'avons ni le temps, ni les moyens, ni les possibilités de bâtir ensemble.»[6]

Selon nos analyses, les discours des acteurs s'inscrivent dans les tendances de la demande touristique actuelle, mais la notion de ressource, par exemple, est employée par les porteurs de projet afin de représenter essentiellement «le potentiel touristique» des régions sans inclure «le construit social». Ce dernier renvoie essentiellement à la logique d'acteurs pour la mobilisation des potentialités, mais en mettant souvent l'accent sur une interprétation particulière des logiques de proximité et des circuits productifs externes qui offrent des opportunités pour le développement des ressources spécifiques. L'idée capitale sous-jacente est que le construit social résulte d'un processus de coordination des acteurs, réunis pour résoudre un problème productif inédit et de construction de ressources territoriales qui sont activées (ou révélées) pour une dynamique renouvelée du territoire (Lamara, 2009). Ces théories pensent l'innovation en termes de coordination qui met en commun plusieurs acteurs. Pour les porteurs de projets enquêtés, les ressources culturelles, naturelles, etc., sont évoquées en dehors de leur lien avec la communauté et les savoir-faire qui ont marqué la destination. Ces discours analysés du point de vue de l'usage du terme de ressource ne rendent pas compte de l'idée d'un système d'organisation liée à la vie sociale, aux externalités ou à une production ancrée territorialement. Le contexte socio-culturel et historique de ces territoires, longtemps resté en marge, n'importe pour ces projets que dans les représentations «imagées» recherchées par les touristes. Les stratégies d'acteurs concernant la mobilisation des ressources émanent alors de l'intérêt et l'accès individuel des ressources sans coordination par rapport aux dispositifs divers de leur révélation et valorisation afin de contribuer à une construction territoriale de l'offre touristique au sein de projets de développement de ces régions.

«*J'investis dans le tourisme, mon objectif et d'avoir des clients! Leur satisfaction est ma stratégie ! Il ne s'agit pas de collaborer avec les autres porteurs de projet, mais avec des partenaires en dehors de la region (…)*».[7]

---

[6] Propos recueillis lors des entretiens avec un propriétaire d'un hôtel à Meskala, 2015.

[7] Propos recueillis lors des entretiens avec un gérant de restaurant à Ghighaya, 2015.

L'offre est alors marquée par une concurrence accrue et continue entre les divers projets touristiques. La réponse à la demande par les moyens limités des porteurs de projets laisse peu de marge pour le développement des stratégies de la qualité et de l'offre et à la conformité aux critères socio-environnementaux du tourisme rural alternatif. Les projets portés localement sont dans une logique de survie et commencent, dans certaines régions, à s'organiser dans des associations de développement qui jouent sur des réseaux qui se déploient du local à l'international dans le but de gérer l'activité touristique. Ces initiatives attestent d'un certain esprit d'entreprise et participent tout de même à l'amélioration des conditions de vie avec des revenus complémentaires dans ces régions. Cependant, le manque d'expérience et d'appui rend parfois ces organisations faibles et les empêche par la suite d'avoir un rôle clé dans la construction d'une offre touristique solide et compétitive.

Ces zones de la marge font face à plusieurs défis et aux nouvelles opportunités qui nécessitent la mise en place de politiques de développement rural approprié et une exploitation plus rationnelle des ressources limitées et fragiles. L'appui de l'État doit essentiellement s'orienter vers «l'apprentissage du capital humain» et l'accompagnement adéquat à chaque catégorie de projet. Pour être efficace, les aides étatiques aux projets touristiques ruraux peuvent s'appuyer sur un cadre idéalement fonctionnel conçu selon les besoins de chaque région. Ils peuvent s'appuyer aussi sur la conception de nouvelles stratégies qui considèrent le poids de l'histoire de ces régions, les mécanismes socio-culturels locaux.

La construction d'une offre rurale pourrait, non seulement diversifier le produit touristique dans le pays, longtemps basée sur le balnéaire, mais aiderait également à développer des zones pauvres marginalisées et contribuer à un développement social et humain. En effet, le rural peut participer à la réhabilitation du produit marocain vieillissant, en le rendant plus compétitif par rapport à ses concurrents méditerranéens, diffuser davantage les retombées directes du tourisme au fin fond des campagnes et contribuer au développement humain au niveau local (Berriane & Aderghal, 2012). La sensibilisation, la formation et le renforcement des capacités des acteurs sur des formes de plus en plus performantes de gestion en commun et de construction d'une offre territoriale sont aujourd'hui une nécessité. Il s'agit de penser les projets territoriaux partagés par une planification concrète mettant le tourisme dans la question cruciale de la

fragilité des ressources territoriales et du développement économique social de ces territoires.

4. Conclusion

Les régions rurales se présentent comme des espaces riches de ressources à mobiliser dans les nouvelles offres du tourisme. Ces reconstitutions territoriales en cours, un peu partout dans les campagnes du Maroc, conduit forcément à des changements sociaux, qui peuvent avoir un impact aussi bien positif que négatif sur les différents aspects de la société locale.

Les politiques publiques concernant le rural - Plan Maroc Vert, INDH, Pays d'accueil touristique - s'inscrivent de plus en plus dans une vision multisectorielle qui trouve dans le tourisme un secteur capable de mobiliser les ressources territoriales, auparavant inexploitées, et donc participe à la création d'un élan de développement local. Toutefois, l'approche territoriale commune à tous les discours de ces stratégies n'était pas une adaptation historique de plusieurs éléments de l'espace ni une construction sociale forgée par l'interaction, profondément imprégnée des relations sociales. La notion de développement territorial à force d'être employée dans différents contextes pose des problèmes de définition, mais aussi de mise en pratique, car malgré son inscription dans une démarche territoriale, son appréhension de la diversité et des spécificités internes des espaces n'est qu'une simple répartition techniciste qui n'inclut pas les dimensions sociales. Ces politiques n'aboutissent pas à une différenciation des territoires considérés comme des entités construites grâce à l'action des acteurs au niveau local dans ces régions de la marge.

Cependant, nous avons essayé de démontrer que l'action commune semble constituer une problématique dans la mesure où elle renvoie aux processus complexes de structuration et de mise en compatibilité de différentes modalités de coordination, plus ou moins conflictuelles et qui ne se limitent pas à un mode unique de résolution entre les différents acteurs. Ces projets touristiques ruraux n'ont pas les capacités ni les connaissances suffisantes pour inscrire la mobilisation des potentialités du territoire dans des stratégies de construction, d'innovation, de valorisation et de création. Les aides étatiques peuvent déboucher sur des processus nouveaux et des constructions territoriales originales en se basant sur les ressources spécifiques de chaque territoire. Les stratégies des acteurs doivent mettre en avant les ressources territoriales matérielles et immatérielles

qui font l'attractivité de ces régions afin de les inscrire dans la durabilité sur la base d'une synergie qui peut aider davantage à construire une destination touristique capable de faire profiter les territoires de la marge.

Notre recherche s'ouvre certainement sur plusieurs questions qui mériteront d'autres recherches; comment inciter, réellement, les responsables, les citoyens et les différents acteurs à s'engager dans des projets communs en adoptant les concepts de développement humain? Comment réaliser des territoires de projet comme cadre de mobilisation des acteurs locaux vu leur indifférence et leur «incapacité» d'action ? Comment préparer les territoires ruraux aux démarches de valorisation des ressources avant même de les inscrire dans ces nouvelles dynamiques ?

Bibliographie

Angeon, V. & Garon, A. (2004). Valorisation de ressources et attractivité des territoires. L'environnement, facteur de spécification des ressources. In *Revue Montagnes Méditerranéennes*, n ° 20, 55-68.

Antheaume, B. & Giraut, F. (2002). Les marges au cœur de l'innovation territoriale? Regards croisés sur les confins administratifs (Afrique du Sud, France, Maroc, Niger, Togo…). In *Historiens et géographes*, n ° 379, 133-151.

Appadurai, A. [1996] (2001). *Après le colonialisme. Les conséquences culturelles de la globalisation*. Paris: Payot, 322 p.

Auclair, L., Simenel, R., Alifriqui, M. & Michon, G. (2010). "Agdal", les voies Imazighen de la patrimonialisation du territoire. In *Hespéris-Tamuda*, vol. XLV, 129-149.

Aufavre, C., Bennafla, K. & Monserrat, E. B. (2011). Fabrication et sens des marges au Maroc. In Aufauvre, C., Bennafla, K. & Monserrat, E. B. (dir), *Marges, normes et éthique. Marges et marginalité au Maroc*. Paris: L'Harmattan, 17-19.

Bernard, N., Blondy, C. & Duhamel, P. (dir.) (2017). *Tourisme et périphéries: la centralité des lieux en question.* Presses universitaires de Rennes, Collection: Espace et Territoires, 325 p.

Berriane M. (2018). Les *terroirs au Sud, vers un nouveau modèle?: Une expérience marocaine.* IRD Éditions.

Berriane, M. (dir.) (2009). *Tourisme des nationaux, tourisme des étrangers: quelles articulations en Méditerranée?*. Rabat: FLSH Rabat. Série Essais et Études n° 41, 125-168.

Berriane, M. & et Nakhli, S. (2011). En marge des grands chantiers touristiques mondialisés, l'émergence de territoires touristiques "informels" et leur connexion directe avec le système monde. In *Méditerranée*, n° 116, 115-122.

Berriane, M. & Aderghal, M. (2012). *Tourisme rural, Gouvernance Territoriale et Développement Local en zones de montagnes*. Rabat: Université Mohamed V, 108 p.

Boujrouf, S. (2014). Ressources patrimoniales et développement des territoires touristiques dans le Haut Atlas et les régions sud du Maroc. In *Journal of Alpine Research Revue de géographie alpine* [En ligne], 102-1 | 2014, mis en ligne le 17 juin 2014. http://rga.revues.org/2259

Campagne, P. & Pecqueur, B. (2014). *Le développement territorial. Une réponse émergente à la mondialisation*, France: Éditions Charles Léopold Mayer, 268 p.

Chartier, A.-M. (1996). *Essai critique* sur le *développement*. Paris: PUF, 98 p.

Coumaye, C.-C. (2018). Gouvernance durable des collectivités territoriales: l'ancrage du développement durable dans la gouvernance territorial. In *Études africaines*. Série Administration publique, l'Harmattan, Paris.

Coppin, O. (2002). Le milieu innovateur: une approche par le système. In *Innovations*, n° 16, 29-50.

Corrado, F. (2004). Les territoires fragiles dans la région alpine: une proposition de lecture entre innovation et marginalité. In *Revue de Géographie Alpine | Journal of Alpine Research* [En ligne], http://rga.revues.org/1164

Debarbieux, B. (2008). Construits identitaires et imaginaires de la territorialité: variations autour de la figure du "montagnard". In *Annales de géographie*, n ° 660-661, 90-115.

Klein, J.-L., Pecqueur, B., Koop, K. & Soussi & S. A. (2016). *L'innovation locale à l'épreuve du global: un défi pour les acteurs*, Collection Géographie contemporaine, 232 p.

Hirczak, M., Moalla, M., Mollard, A., Pecqueur, B., Rambonilaza, M. & Vollet, D. (2008). Le modèle du panier de biens: grille d'analyse et observations de terrain. In *Economie Rurale*, n°308, 55-70.

Lazarev, G. (2012). Les politiques agraires au Maroc 1956-2006. Un témoignage engage. In *Economie critique*, Rabat.

Mésini, B. (2007). Une terre, un toit. L'appropriation des moyens d'existence dans les villes et les campagnes. In *Nouvelles urbanités; nouvelles ruralités en Europe de Yves Luginbuhl*. Éditions scientifiques internationales, Belgique, 141-152.

Mourji, F. & Masmoudi, H. (2015). L'état de l'économie marocaine: un potentiel de développement réel mais constraint. In Baudouin D., Zakaria, R., Boutaleb, A. & Ferrié, J.-N. (dir.), *Le Maroc au présent: d'une époque à l'autre, une société en mutation*. Casablanca, collection: Description du Maghreb, 907-944.

Rakhmatova, Z. (2015). Tourisme et autonomisation des communautés locales. In *Téoros* [Online], 34, 1-2 |, Online since 15 March 2016, connection on 23 April 2019. http://journals.openedition.org/teoros/2792

Pecqueur, B. (2001). Qualité et développement territorial: l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés. In *Économie rurale*, n°261, 37-49.

Pecqueur, B. & Ternaux, P. (2005). Mondialisation, restructuration et gouvernance territorial. In *Géographie, Économie, Société*, 7, 315-319.

Pecqueur, B. & Peyrache-Gadeau, V. (2010). Fondements interdisciplinaires et systémiques de l'approche territoriale introduction. In *Revue d'Economie régionale et urbaine*, 613-623.

ipt
Instituto
Politécnico
de Tomar

caq.ipt
Centro
das Arqueologias